

***COMPANY PROFILE* KEDAI KOPI HSCO
MELALUI FOTOGRAFI KOMERSIAL**



**SKRIPSI
PENCIPTAAN SENI FOTOGRAFI**

**Naufal Iqbal Dewata
1910985031**

**PROGRAM STUDI S-1 FOTOGRAFI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

**Company profile Kedai Kopi HSCO
Melalui Fotografi Komersial**

Disusun oleh:
Naufal Iqbal Dewata
1910985031

Telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Fotografi, Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam,
Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tanggal 19 Desember 2025

Pembimbing I/Ketua Penguji

Pembimbing II/Anggota Penguji



Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn.
NIDN. 0013077608


Dheasey Amboningtyas, S.E., M.M.
NIDN. 0611118601

Penguji Ahli


Dr.Sn. Muhammad Fajar Apriyanto, S.Sn., M.Sn.
NIDN. 0029047608

Mengetahui,
Ketua Jurusan/Koordinator Program Studi


Novan Jemmi Andrea, M.Sn.
NIP.. 198612192019031009

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Seni Media Rekam


Dr. Edial Rusli, SE., M.Sn.
NIP. 196702031997021001



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada ALLAH SUBHANAHU WA TA'ALA atas Rahmat dan anugerah-nya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir penciptaan seni fotografi ini yang berjudul “*Company profile* Kedai Kopi HSCO Melalui Fotografi Komersial “ dengan baik. Tugas akhir ini merupakan bentuk pertanggungjawaban penulis sebagai mahasiswa Program Studi S-1 Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat arahan, dukungan, saran dan pendapat yang sangat membantu dalam setiap prosesnya. Oleh karena itu penulis sampaikan terimakasih kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayahnya;
2. Bapak Kabul Pujiono dan Ibu Suwatini selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa demi kelancaran skripsi;
3. Dr. Edial Rusli, S.E., M.Sn. Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Novan Jemmy Andrea, M.Sn. Ketua Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
5. Achmad Oddy Widyanoro, M.Sn., Sekretaris Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;

6. Oscar Samaratunga, S.E., M.Sn. sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan;
7. Dheasey Ambonigtyas, S.E., M.M., sebagai Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan;
8. Dr.Sn. Muhammad Fajar Apriyanto, S.Sn., M.Sn., selaku dosen penguji ahli;
9. Zulisih Maryani, M.A., selaku Dosen Wali yang telah membimbing selama proses perkuliahan;
10. Seluruh Staff Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, yang telah membantu selama masa perkuliahan hingga akhir;
11. Om Nabil dan Mami selaku pemilik dari Kedai Kopi HSCO yang telah memberikan kesempatan dalam membantu kelancaran dalam proses skripsi penciptaan seni fotografi;
12. Seluruh karyawan di Kedai Kopi HSCO yang sangat mendukung selama produksi berlangsung;
13. Dan seluruh teman-teman serta semua pihak yang memberikan dukungan dalam proses skripsi penciptaan fotografi.

Masih terdapat beberapa kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, namun kritik dan saran sangat diharapkan untuk membuat skripsi menjadi lebih baik lagi. Semoga dengan adanya skripsi dapat memberikan manfaat dan kegunaan serta motivasi kepada semua pihak.

DAFTAR ISI

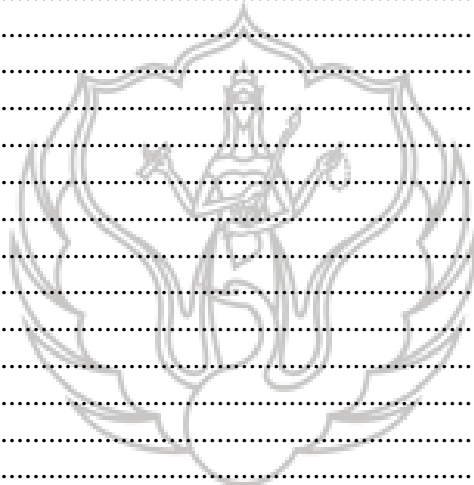
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR KARYA	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Penciptaan	5
C. Tujuan Manfaat	5
BAB II LANDASAN PENCIPTAAN.....	6
A. Landasan Teori	6
B. Tinjauan Karya	9
BAB III METODE PENCIPTAAN	15
A. Objek Penciptaan	15
B. Metode Penciptaan	17
C. Proses Perwujudan	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Ulasan Karya	35
B. Pembahasan Reflektif	84
C. Implementasi Karya	85
BAB V PENUTUP	86
A. Simpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	90
BIODATA	97

DAFTAR KARYA

Karya 1 Kedai Kopi HSCO	37
Karya 2 Interior Kedai Kopi HSCO	39
Karya 3 Sudut Edukasi Di Kedai Kopi HSCO	41
Karya 4 Pelanggan Sedang Memesan Menu 1	43
Karya 5 Pelanggan Sedang Memesan Menu 2	46
Karya 6 Proses Pembuatan Menu Kopi	49
Karya 7 Proses Pembuatan Menu Kopi Espresso	52
Karya 8 Kopi Espresso	53
Karya 9 Salah Satu Proses Pembuatan Menu Kopi	55
Karya 10 Produk <i>Best Seller</i> di HSCO	58
Karya 11 Produk <i>Signature</i> di HSCO	61
Karya 12 Produk <i>Seasonal</i> di Kedai Kopi HSCO	64
Karya 13 Proses Penyajian Pesanan Pelanggan	67
Karya 14 Area Semi-Outdoor di Kedai Kopi HSCO	70
Karya 15 Aktivitas Pelanggan di Kedai Kopi HSCO 1	72
Karya 16 Aktivitas Pelanggan di Kedai Kopi HSCO 2	74
Karya 17 Pelanggan di Halaman Depan Kedai Kopi HSCO	76
Karya 18 Proses Pembersihan Peralatan	78
Karya 19 Dibalik Layar Kedai Kopi HSCO	80
Karya 20 Potret Owner Kedai Kopi HSCO	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	9
Gambar 2.2	11
Gambar 2.3	13
Gambar 3.1	20
Gambar 3.2	21
Gambar 3.3	22
Gambar 3.4	22
Gambar 3.5	23
Gambar 3.6	23
Gambar 3.7	24
Gambar 3.8	25
Gambar 3.9	25
Gambar 3.10	26
Gambar 3.11	27
Gambar 3.12	30
Gambar 3.13	31
Gambar 3.14	31
Gambar 4.1	43
Gambar 4.2	47
Gambar 4.3	50
Gambar 4.4	56
Gambar 4.5	59
Gambar 4.6	62
Gambar 4.7	65
Gambar 4.8	68
Gambar 4.9	72
Gambar 4.10	74
Gambar 4.11	78
Gambar 4.12	80
Gambar 4.13	82
Gambar 4.14	85



COMPANY PROFILE KEDAI KOPI HSCO MELALUI FOTOGRAFI KOMERSIAL

Oleh:
Naufal Iqbal Dewata
1910985031

Abstrak

Company profile merupakan gambaran umum tentang identitas suatu bidang usaha agar masyarakat tertarik dan dapat menonjolkan keunggulan perusahaan tersebut. Fokus pembuatan fotografi *company profile* ini pada kedai kopi Had Some Coffee (HSCO) dibaca *hasko*. Pembuatan karya foto *Company profile* kedai Kopi HSCO dengan menggunakan media fotografi dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada konsumen ataupun ditunjukkan untuk mitra bisnis lainnya supaya membuat mereka tertarik dengan foto komersial yang ditawarkan. Objek utama penciptaan karya tugas akhir ini mengeksplorasi usaha kedai kopi HSCO yang menyajikan produk berupa beberapa menu kopi dan tempat usaha dengan berfokus pada aspek-aspek *hospitality* atau pendekatan antara kedai kopi HSCO dengan pelanggannya. Karya fotografi yang dibuat akan mengusung ide keseharian pelanggan saat sedang berkunjung di kedai kopi HSCO. Dengan foto-foto yang berkualitas, kedai kopi HSCO diharapkan dapat menarik perhatian calon klien, mitra bisnis, dan calon karyawan dengan lebih efektif. Melalui visual yang menarik, hasil foto tersebut tidak hanya mencerminkan nilai-nilai perusahaan, tetapi juga dapat memperkuat citra, dan memberikan kesan kepercayaan kepada pelanggan. Dalam pembuatan *company profile* kedai kopi HSCO, fotografi tidak hanya sekadar untuk merekam gambar produk atau suasana restoran, tetapi juga menjadi sarana untuk mengekspresikan nilai-nilai tempat usaha, salah satunya pelayanan. Dengan menghadirkan gambar-gambar yang menonjolkan pada aspek *hospitality*, profesionalisme, serta kualitas sajian membuat kedai kopi HSCO dapat memperkuat identitasnya sebagai tempat usaha yang peduli akan loyalitas seorang pelanggan.

Kata kunci: Kedai kopi HSCO, *company profile*, fotografi komersial

COMPANY PROFILE OF HSCO COFFEE SHOP THROUGH COMMERCIAL PHOTOGRAPHY

Oleh:
Naufal Iqbal Dewata
1910985031

Abstract

Company profile is a general description of the identity of a business sector so that people are interested and can highlight the advantages of the company. The focus of making this *company profile* photography is on the Had Some Coffee (HSCO) coffee shop read as hasko. The creation of a *company profile* photo work for the HSCO Coffee shop using photography media is intended to provide information to consumers or be shown to other business partners to make them interested in the commercial photos offered. The main object of creating this final project explores the HSCO coffee shop business which serves products in the form of several coffee menus and business premises by focusing on aspects of *hospitality* or the approach between the HSCO coffee shop and its customers. The photography work created will carry the idea of the daily life of customers while visiting the HSCO coffee shop. With quality photos, the HSCO coffee shop is expected to be able to attract the attention of potential clients, business partners, and prospective employees more effectively. Through attractive visuals, the results of the photos not only reflect the values of the company, but can also strengthen the brand image, and give the impression of trust to customers. In making the HSCO coffee shop *company profile*, photography is not only to record images of products or the atmosphere of the restaurant, but also becomes a means to express the values of the business place, one of which is service. By presenting images that emphasize aspects of *hospitality*, professionalism, and quality of service, HSCO coffee shop can strengthen its identity as a business that cares about customer loyalty.

Keywords: HSCO coffee shop, *company profile*, commercial photography

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Di era perkembangan teknologi informasi dan tren sosial yang semakin berkembang pesat, citra visual suatu perusahaan merupakan kunci penting untuk menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan. Fotografi komersial merupakan salah satu bentuk seni visual yang mempunyai pengaruh besar dalam konteks ini. Fotografi komersial tidak hanya menjadi alat pemasaran yang efektif, namun juga menciptakan identitas unik bagi bisnis, termasuk kedai kopi, yang kini semakin populer. Menurut R. Amien Nugroho (2006:316) dalam bukunya Kamus Fotografi, “Fotografi komersial merupakan cabang dari fotografi profesional, lebih banyak bekerja untuk memenuhi kebutuhan industri periklanan, penjualan, peragaan, untuk kebutuhan media massa ataupun publikasi khusus. Jiwa foto ini tidak hanya sekedar menyajikan data, tetapi juga diberi bumbu agar lebih menarik. Seringkali memanipulasi percetakan, warna, atau penggambaran yang berlebihan.”

Dengan meningkatnya persaingan di sektor kedai kopi, penggunaan gambar yang menarik dan representatif dapat menjadi pembeda utama. Kehadiran media sosial sebagai platform pemasaran utama membuka peluang besar untuk mengintegrasikan fotografi komersial ke dalam strategi pemasaran kedai kopi. Perusahaan yang bergerak di sektor *food and beverage* (FnB) umumnya sangat mementingkan presentasi produk minuman yang mereka tawarkan. Tentunya selain cita rasa dari setiap produk minuman, format penyajian sajiannya juga perlu diperhatikan. Hal ini dilakukan untuk menarik

konsumen baru dan menjaga antusiasme pelanggan dengan memperkenalkan produk perusahaan. Komunikasi dan informasi juga sangat penting untuk mempromosikan produk suatu perusahaan. Salah satu kemungkinannya adalah media fotografi.

Fotografi merupakan salah satu bidang komunikasi visual yang memiliki banyak peminat. Dengan kemajuan teknologi saat ini, fotografi menjadi salah satu hobi yang paling digemari dibandingkan hobi lainnya. Pada dasarnya fotografi adalah kegiatan merekam dan memanipulasi cahaya untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan (Sudjojo, 2010:7). Media fotografi merupakan salah satu media komunikasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dan ide kepada orang lain, sehingga banyak sekali jenis foto yang mempunyai tujuan tertentu. (Sudarma, 2014:4).

Fotografi pada dasarnya adalah media komunikasi untuk promosi, dan salah satu cara untuk promosi adalah dengan melalui pembuatan *Company profile*. *Company profile* merupakan sebuah identitas yang memperkenalkan suatu perusahaan (organisasi). Identitas tersebut memberikan gambaran lengkap tentang perusahaan dan memungkinkan perusahaan memilih poin mana yang ingin dikomunikasikan secara terbuka, tergantung minat target audiensnya. Secara umum identitas biasanya digunakan sebagai tanda pengenal suatu lembaga atau perusahaan dan mengacu pada latar belakang umum perusahaan, aset perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, alur kerja perusahaan secara keseluruhan dan aset perusahaan. *Company profile*

tersebut dapat digunakan sebagai aset perusahaan yang dipegang dan dimiliki oleh setiap perusahaan atau lembaga.

Company profile merupakan gambaran umum tentang identitas suatu bidang usaha agar masyarakat tertarik dan dapat menonjolkan keunggulan perusahaan tersebut. Fokus pembuatan fotografi *company profile* ini pada kedai kopi Had Some Coffee (HSCO) dibaca *hasko*. Pembuatan karya foto *Company profile* kedai Kopi HSCO dengan menggunakan media fotografi dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada konsumen ataupun ditunjukkan untuk mitra bisnis lainnya supaya membuat mereka tertarik dengan foto komersial yang ditawarkan. Menurut Hakim (2005:26), dalam bukunya *Lantaran Tapi Relevan*, “Visual merupakan syarat mutlak untuk memperkenalkan sebuah *brand* kepada konsumen”. Dengan tujuan agar produk yang mereka (perusahaan) buat dapat menarik minat konsumen untuk datang membeli produknya.

Company profile tidak hanya menjadi aset perusahaan saja, namun juga menjadi identitas dari perusahaan dalam menjalin kerjasama dan hubungan yang baik dengan perusahaan, institusi dan organisasi terkait lainnya. *Company profile* memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan untuk keperluan *business-to-business* (B2B) atau kerja sama bisnis antara kedua belah pihak, karena dapat mewakili visi, misi, atau apa yang ingin ditawarkan perusahaan kepada konsumen. Manfaat lain dari *Company profile* adalah sebagai alat presentasi serta dapat mempersingkat pertemuan sehingga klien tidak perlu bertanya secara detail mengenai profil, visi, dan misi perusahaan.

Kedai Kopi HSCO merupakan sebuah kedai kopi yang dirintis pada bulan Agustus 2023 silam yang terletak di Jalan Pekapalan, Alun-Alun Utara, Kec. Gondomanan, Kota Yogyakarta. Ide penciptaan muncul ketika penulis sedang mengunjungi tempat tersebut dan melihat sajian produk yang ditawarkan sangat menarik, dan dengan sajian produk yang menarik seharusnya memiliki visual produk yang baik sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen ataupun dengan mitra bisnis lainnya.

Padahal dilihat dari *track record* sebelumnya, kedai Kopi HSCO. sangatlah potensial untuk berkembang lebih luas lagi, karena pernah menjalin hubungan kerja sama dengan toko roti Manis Di Bibir (MDB) dalam beberapa bulan. Namun, dalam menjalin kerja sama tersebut terjadi karena hanya sebatas relasi atau teman lama yang sama-sama membuka usaha dan bekerja sama. Dengan melihat potensial berkembangnya bisnis kedai Kopi HSCO. sangat disayangkan jika hal ini tidak didukung dengan *representasi* visual produk yang baik maka konsumen atau mitra bisnis tidak akan mendapat informasi atau gambaran seperti apa profil hingga produk dari kedai Kopi HSCO.

Berdasarkan pemaparan latar belakang, membuat adanya keinginan penulis untuk menciptakan sebuah karya fotografi komersial profil usaha Kedai Kopi HSCO. Tujuan dari penciptaan karya fotografi ini untuk menciptakan sebuah visual perusahaan dan memperkenalkan, baik dari sisi produk, proses pembuatan dan pemilik Kedai Kopi HSCO. Penciptaan karya foto *Company profile* Kedai Kopi HSCO dapat digunakan sebagai media promosi serta *media public relations* dari kedai kopi tersebut. Dalam pembuatan karya fotografi

berjudul “Profil Kedai Kopi HSCO. Dalam Fotografi Komesial” fokus yang ditampilkan adalah foto profil usaha yang terdiri dari lokasi usaha, potret pemilik, potret interior kedai, produk, proses pembuatan produk, hingga pembuatan katalog foto produk. Pemotretan dilakukan diluar dan didalam ruangan.

B. Rumusan Penciptaan

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses kreatif memvisualisasikan kedai kopi HSCO dalam pembuatan *company profile*?

C. Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dalam penciptaan karya foto ini adalah menciptakan proses kreatif memvisualisasikan kedai kopi HSCO dalam pembuatan *company profile*. Kemudian manfaatnya adalah:

1. Menciptakan karya foto profil Kedai Kopi HSCO yang dapat digunakan sebagai media promosi.
2. Meningkatkan kesadaran merek Kedai Kopi HSCO kepada masyarakat.
3. Diharapkan mampu meningkatkan penjualan Kedai Kopi HSCO.